



TÜRKİYE
PLASTİK
KOZMETİK
AMBALAJ
SEKTÖR
İZLEME
RAPORU

2017-6 Ay



PAGEV

ÖNSÖZ

Plastik sektörü, Türkiye ekonomisinin en önemli aktörlerinden birisidir. Bugün 9 milyon tonu aşan toplam üretimi, 35 milyar dolarlık cirosu, 5 milyar dolara yaklaşan direkt ihracatı ve son 10 senede ortalama yüzde 12'lere yaklaşan yıllık büyüme ile plastik sektörünün ülke ekonomisine sağladığı katkı giderek artıyor. Sektörümüz, ulaştığı üretim kapasitesiyle Avrupa'da ikinciliğe, dünyada ise altıncılığa yükseldi. PAGEV olarak, Türkiye Plastik Sektörünün “Birleştirici Gücü” misyonumuz çerçevesinde başarıyla yoluna devam eden sektörümüzü hep daha ileriye taşıyacak projeleri sizlerle birlikte hayata geçiriyoruz.

Plastiğin hayatımızdaki vazgeçilmezliğini gözler önüne seren ve bilimsel verilere dayanan somut adımlarla, sektör sorunlarımızı gidermeye yönelik çalışmalara imza atarken, doğru ve güvenilir veri ve bilgilere sahip olmanın, çözümün en önemli parçası olduğunu da biliyoruz. Bu doğrultuda sürekli araştırıyor, yeni verileri topluyor, derliyor ve rapor haline getiriyoruz. Sektörümüzün gelişimi adına önemli olduğuna inandığımız raporlarımızı ve önemli bilgiler içeren kitapçıklarımızı plastik sektörü temsilcilerimizin, paydaşlarımızın ve kamu kurumlarımızın istifadesine sunuyoruz.

PAGEV olarak, uzun ve özverili araştırmalarımız neticesinde sektörümüze ciddi boyutta katkı sağlayacak bir rapor seti hazırladık. Raporlarımız ile Türkiye Plastik Sektörünün doğru ve güvenilir veriler ışığında hangi noktada olduğunu, ortak problemlerini ve somut çözüm arayışlarının neler olması gerektiğini uzman raportörlerimizin yorumları ile kitapçıklar haline getirdik. Başta üyelerimiz olmak üzere tüm paydaşlarımızın faydasına sunduğumuz rapor ve bilgilendirme setimizin plastik dünyasına yön vereceğine inanıyoruz. Bu çalışmalarımız ile aynı zamanda kamu kurumlarımızın da plastik sektörü ile ilgili en güncel veriler ve doğru bilgilere ulaşmasını sağlamaktan dolayı mutluyuz.

Bununla birlikte İngilizce olarak hazırladığımız sektör raporlarımızla da, meslektaşlarımızın ülkemiz plastik sektörünün potansiyelini en güncel verilerle global pazardaki iş ortakları ile paylaşabileceklerini düşünüyoruz.

Bu vesile ile sizlerle paylaştığımız dosyamızda yer alan, sektörümüz ile güncel raporlarımızı ve bilgilendirme dosyalarımızı istifadelerinize sunar, ülkemiz kalkınmasında lokomotif bir misyon üstlenen sektörümüzün bu günlere erişmesinde emeği geçen tüm meslektaşlarımıza teşekkür ederiz.

Saygılarımla,

Yavuz EROĞLU
PAGEV Başkanı

İÇİNDEKİLER

- 1. KOZMETİK ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ TANIMI**
- 2. KOZMETİK ÜRÜNLERİ SEKTÖR PROFİLİ**
- 3. KOZMETİK ÜRÜNLERİ AMBALAJ SEKTÖRÜ**
 - 3.1. TOPLAM AMBALAJ**
 - 3.2. PLASTİK AMBALAJ**
- 4. 2017 BEKLENTİLERİ**
- 5. PAGEV PROJELERİ**
 - 5.1. PLASTİK MÜKEMMELİYET MERKEZİ**
 - 5.2. ULUSLARARASI BÖLGESEL PLASTİK ÜRETİM MERKEZİ**

1. KOZMETİK ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ TANIMI

Kozmetiğin tanımı ve kapsamı, 5324 sayılı Kozmetik Kanunu içerisinde; “ İnsan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, ağız ve dişlere veya mukozaya uygulanmak üzere hazırlanmış, amacı veya yan amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek ve korumak suretiyle iyi bir durumda muhafaza etmek, görünümünü değiştirmek ve vücut kokularını düzeltmek olan, saç boya ve saç açıcıları da dahil olan maddeler veya preparatlar “ şeklinde yapılmıştır.

Bu kanun, insan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, dişlere ve ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi bir durumda tutmak olan bütün preparatları veya maddeleri kapsar.

Kozmetik denildiğinde akla ilk olarak kişisel bakım ürünleri, parfümler, vücut ve cilt bakım ürünleri gelmektedir. Buna ek olarak, kullanılan bütün yaşam alanlarında, kozmetik sektörünün birincil işlevi; kullanılan her türlü alanın temizlenerek yeniden kullanılabilir hale gelmesini sağlamaktır. Ayrıca, kozmetik sektörü vücut temizleme, kokulandırma, yenileme, yaşlanma etkilerini geciktirme gibi saçtan cilt bakımına, makyaj malzemesinden parfüme çok geniş bir yelpazeyi üretip pazarlamakta, üretim ve dağıtımda üst düzey teknolojileri kullanmaktadır.

Kozmetik ürünleri sanayii, Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırmaya (SITC) göre 553. bölümde, Armonize Sisteme göre ise 33. fasılda tanımlanmaktadır. Buna göre; sektör kapsamında yer alan ürünler; uçucu yağlar, sanayide hammadde olarak kullanılan koku veren maddelerin karışımları, parfümler, güzellik/makyaj ve cilt bakımı için müstahzarlar, saç müstahzarları, ağız/diş sağlığını korumaya mahsus müstahzarlar, tıraş müstahzarları, vücut deodorantları ve tuvalet müstahzarlarıdır.

GTİP No:33’de yer alan aşağıdaki mamuller, raporun ambalaj bölümünde ise, bu ürünler için kullanılan ambalajlar dikkate alınmıştır.

GTİP	Açıklama
3301	Uçucu Yağlar
3302	Sanayide Hammadde Olarak Kullanılan Koku Veren Maddelerin Karışımları
3303	Parfümler ve Tuvalet Suları
3304	Güzellik/Makyaj ve Cilt Bakımı İçin Müstahzarları
3305	Saç Müstahzarları
3306	Ağız/Diş Sağlığını Korumaya Mahsus Müstahzarlar
3307	Tıraş Müstahzarları, Vücut Deodorantları, Tuvalet Müstahzarları

Tablo 1: Kozmetik ürünlerinin armonize sistemdeki GTİP numaraları
Kaynak: TUIK ve ITC

2. KOZMETİK ÜRÜNLERİ SEKTÖR PROFİLİ

Türkiye kozmetik sektörü, hızlı bir gelişim göstermektedir. Kozmetik sektöründe faaliyet gösteren çok uluslu firmaların çoğu Türkiye’de üretim ve pazarlama faaliyetleri yürütmektedir. Sektördeki birçok yabancı yatırımcı, lisans anlaşmaları ve ortak girişimler aracılığı ile üretim yapmaktadır.

Kozmetik sektöründe 80’in üzerinde firma faaliyet göstermekte ve bu firmaların çoğu birden fazla kozmetik kategorisiyle meşgul olmaktadır. Sektörün en büyük ithalatçı firmaları, yurtdışındaki diğer büyük şirket gruplarına bağlıdır. Bunlardan birçoğu, ana firmadan alınan izin sonucu, bazı kozmetik ürünlerini yurt içinde de üretmektedir.

Kozmetik ürünleri üreten firmaların bazıları doğal katkılı ürünleri de üretmektedir. Kozmetik ürünleri kategorisinde 46.000’i yerli 170.000 civarında ürünün iç pazarda dağıtımını yapılmaktadır. Türk kozmetik ve kişisel bakım ürünleri endüstrisi, kalite bakımından da dünya standartlarında üretim yapmaya başlamıştır. Birçok firma ISO 9000 Kalite Sistem Sertifikalarına ve ISO 14001 sertifikasına sahiptir. Türk kozmetik ve kişisel bakım ürünleri üreticileri çevre konusunda, son ulusal ve uluslararası gelişmeleri yakından takip etmektedir. 30 Mart 2005’de Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiş olan Kozmetik Kanunu, AB Kozmetik Direktifine (76/768/EEC) uyumlaştırılmış ve uygulama söz konusu Kanun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren başlamıştır.

Ülkemizde son yıllarda sektörde doğal sabunlar, şampuanlar, diğer saç bakım ürünleri ve saç boyaları, cilt bakım ürünleri, vücut bakım ürünleri ve diğer doğal kozmetikler üretilmeye başlanmıştır. Özellikle doğal sabun ve şampuan üretimi ülke çapında birçok küçük ölçekli firma tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünyaca ünlü defne ve zeytinyağı sabunları Türkiye’de büyük miktarlarda üretilmektedir.

Kozmetik sektörü tüketici piyasasının en fazla rekabet yaratan sektörü olup, birçoğu çok uluslu ortaklık şirketine bağlı olan geniş çaplı işletmelerden oluşmaktadır. Kozmetik sektörünün en önemli özelliklerinden biri firmalar arasındaki rekabettir.

2012 yılında, 643 bin ton ve 4 milyar dolar olan üretim 2016 yılında 807 bin ton ve 4,7 milyar dolara erişmiştir. 2017 yılının ilk 6 ayında, 420 bin ton ve 2,39 milyar dolar olan üretimin 2017 yılında 842 bin ton ve 4,78 milyar dolara erişmesi beklenmektedir.

	2012	2016	CAGR (%) 2016/2012	2017/6	2017/T	% Artış 2017/2016
Üretim	643	807	5,8	420	842	4,4
İthalat	113	142	5,8	76	152	7,3
İhracat	177	189	1,7	99	197	4,4
İç Tüketim	579	760	7,0	397	797	4,9

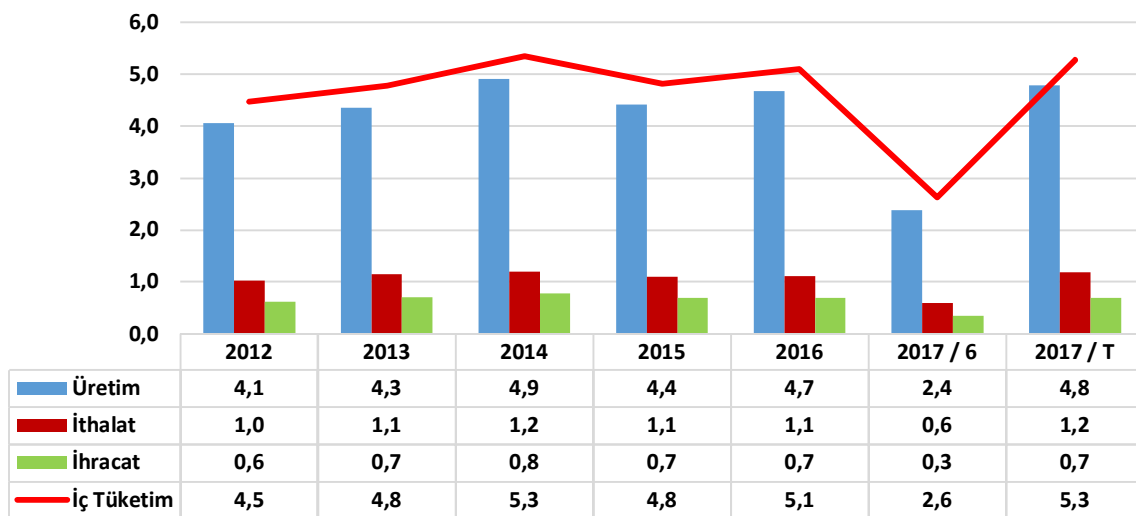
Tablo 2: Kozmetik Sektöründe Arz ve Talep Gelişimi (1000 Ton)

Kaynak: TÜİK ve ITC

	2012	2016	CAGR (%) 2016/2012	2017/6	2017/T	% Artış 2017/2016
Üretim	4.062	4.669	3,5	2.386	4.784	2,5
İthalat	1.030	1.116	2,0	593	1.187	6,4
İhracat	621	696	2,9	349	698	0,2
İç Tüketim	4.471	5.088	3,3	2.630	5.273	3,6

Tablo 3: Kozmetik Sektöründe Arz ve Talep Gelişimi (Milyon \$)

Kaynak: TÜİK ve ITC



Grafik 1: Kozmetik Sektöründe Arz ve Talep Gelişimi (Milyar \$)

Kaynak: TUIK ve ITC

2012 yılında, 113 bin ton ve 1 milyar dolar civarında olan ithalat, 2016 yılında 142 bin tona ve 1 milyar 116 milyon dolara çıkmıştır. 2017 yılının ilk 6 ayında 76 ton ve 593 milyon dolar olan ithalatın 2017 yılında 152 ton ve 1,18 milyar dolara erişmesi beklenmektedir.

Sektörün ithalat yaptığı başlıca ülkeler; Almanya, Fransa, İrlanda, Polonya ve İngiltere olarak sıralanmaktadır. Bahse konu sektördeki ilk 15 tedarikçinin toplam sektör ithalatı içerisindeki payının % 90'ı aştığı görülmektedir.

Türkiye kozmetik sektöründe ihracat hızla artmaktadır. Sektör firmaları 190'ın üzerinde ülkeye ihracat yapar duruma gelmiştir.

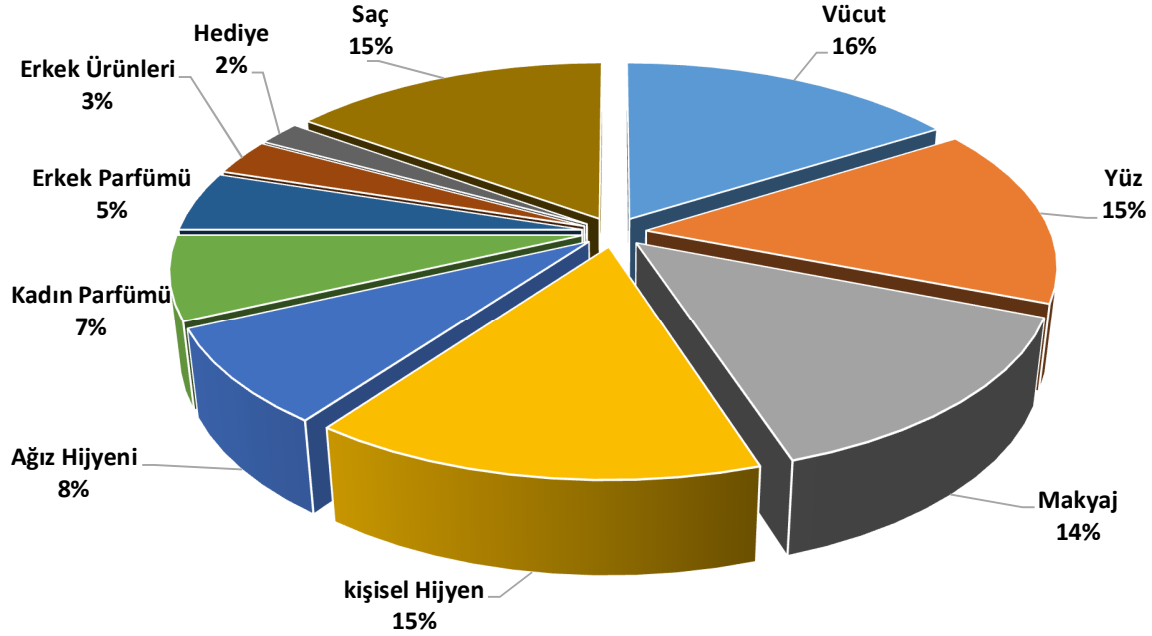
2012 yılında 177 bin ton ve 621 milyon dolar civarında olan ihracat, 2016 yılında 189 bin tona ve 696 milyon dolara çıkmıştır. 2017 yılının ilk 6 ayında 99 bin ton ve 349 milyon dolar olan ihracatın, 2017 yılında 197 bin ton ve 698 milyon dolara erişmesi beklenmektedir

Sektörün başlıca ihraç pazarları; Irak, İran, Rusya Federasyonu, Almanya ve Fransa olarak sıralanmaktadır. Bahse konu sektördeki ilk 15 ihraç pazarımızın toplam sektör ihracatı içerisindeki payının % 60'ı aştığı görülmektedir.

2012 yılında 579 bin ton ve 4 milyar 471 milyon dolar civarında olan iç pazar tüketimi, 2016 yılında 760 bin tona ve 5 milyar 88 milyon dolara çıkmıştır. 2017 yılının ilk 6 ayında 397 bin ton ve 2,6 milyar milyon dolar olan iç tüketimin, 2017 yılında 797 bin ton ve 5,3 milyar dolara erişmesi beklenmektedir

Türkiye 2016 yılında kozmetik ürünler dış ticaretinde 47 bin ton fazlalık verirken, ithal fiyatlarının ihraç fiyatlarından fazla olması nedeniyle değer bazında 419 milyon dolarlık açık vermiştir.

Türkiye iç pazarında en çok satılan ürünler sıralamasında yüzde 34'lük pay ile cilt bakımı ilk sırada yer alırken, bunu yüzde 24 ile saç, yüzde 17 ile makyaj ürünleri takip ediyor.



Grafik 2: Türkiye’de Kozmetik Tüketiminde Ürün Payları

Türkiye kozmetik sektöründe L’Oreal, Procter&Gamble, Unilever, Colgate & Palmolive, Avon, Oriflame gibi büyük oyuncuların yanı sıra, Evyap, Kopaş Kozmetik, Erkul Kozmetik gibi yerel firmalar ise fiyat politikalarıyla uluslararası rakipleriyle yarış halindedir.

Sektörün perakende ayağında ise kıyasıya bir rekabet söz konusudur. Özellikle son dönemde orta gelir grubuna hitap eden markaların yer aldığı kategoride rekabet kızışmış durumdadır. Flormar, Golden Rose gibi markaların AVM’lerdeki açtıkları mağazalar ya da kiokslarda sundukları uygun fiyatlı ve trendy ürünler, tüketicilerden yoğun ilgi görmektedir.

Sektör iç piyasada, özellikle ‘orta’ segmente hitap eden markaların olduğu kategoride kıyasıya rekabet söz konusudur. Sektördeki satın almalar, yeni yatırımlar, ağırlıklı olarak orta kesime hitap eden markalara dönük yapılmaktadır.

Kozmetik sektörü Türkiye ekonomisinde önemli paya sahiptir. Sektör on binlerce kişiye iş imkanı yaratmaktadır. Her gün her eve, her işyerine, 200.000 satış noktasına ulaşan ürün çeşidi ile hizmet veren kozmetik sektörünün toplam ülke reklam harcamalarından % 20 pay aldığı görülmektedir.

Son yıllarda dağıtım ağlarındaki işletmeler arasında fiyat ve arz konularında, büyük süpermarket zincirlerinin de pazara girmesiyle artan belirgin bir rekabet ortamı söz konusudur. Rekabet, marka sayısının çok olmasından kaynaklanmaktadır.

Kozmetik ürünler talebi demografik gelişmelerden doğrudan etkilenmektedir. Güzellikleri için her yıl önemli miktarda harcama yapan bayanlar, kozmetik sektörünün en önemli müşterileridir. Buna rağmen, son yıllarda erkeklerin de kozmetik ürünlerine ilgisi artmıştır.

Tüketicilerin harcanabilir net geliri, ürünlerin fiyatları ve reklam, kozmetik talebini yoğun bir şekilde etkilemektedir. Sürekli artan rekabet nedeniyle, sektördeki birçok firma ürününü pazara sürmek amacıyla yüksek miktarda reklam harcamaları yapmaktadır.

Ülkemizin kozmetik ürünlerinde çok önemli bir potansiyeli bulunmaktadır. Artan refah seviyesi, kişi başına düşen harcanabilir gelir ve nüfusun yaşlanması, kozmetik ürünlerine olan talebin artmasına neden olmaktadır.

3. KOZMETİK ÜRÜNLERİ AMBALAJ SEKTÖRÜ

3.1. TOPLAM AMBALAJ

Türkiye'nin kozmetik mamulleri üretimine paralel olarak kozmetik ambalaj üretimi ve tüketimi de artarak devam etmektedir. Nitekim 2012 yılında 505 bin ton olan kozmetik ambalaj üretimi 2016 yılında 585 bin tona yükselmiş, aynı period içinde yurtiçi tüketim 440 bin tondan 510 bin tona çıkmıştır.

Türkiye' de, toplam kozmetik ambalaj sektöründe tüketimin yaklaşık % 8'i ithalatla karşılanırken, üretimin yaklaşık % 20'si ihraç edilmektedir. Türkiye, kozmetik ambalaj dış ticaretinde fazlalık vermektedir. Dış ticaret fazlası 2016 yılında 75 bin ton civarında gerçekleşmiştir.

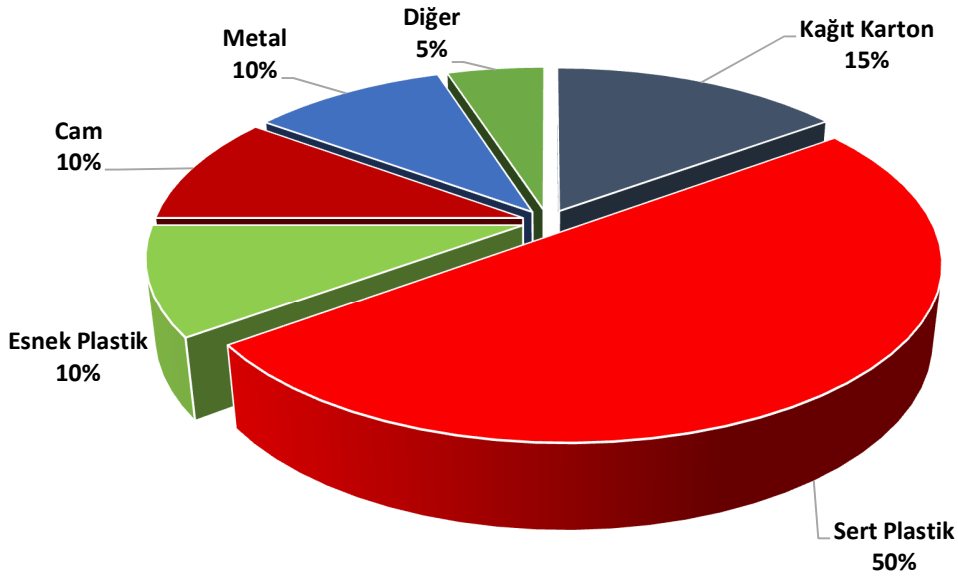
	2012	2013	2014	2015	2016	2017/6	2017/T
Üretim	505	555	554	568	585	300	597
İthalat	36	40	40	41	42	22	67
İhracat	101	111	111	114	117	63	125
Yurtiçi Satış	440	484	483	495	510	259	539
Dış Ticaret Açığı	65	71	71	73	75	41	58
İhracat/Üretim (%)	20	20	20	20	20	21	21
İthalat/İç Satış (%)	8	8	8	8	8	8	13

Tablo 4: Türkiye Toplam Kozmetik Ambalaj Mamulleri Arz ve Talep Dengesi (1000 Ton)

Kaynak: TÜİK ve ITC

Başlıca kozmetik ambalaj mamulleri; kâğıt ve karton, metal, esnek ambalaj ürünleri, cam ve diğer kozmetik ambalaj mamulleri olarak tarif edilmektedir. Bunlar arasında, sert plastik kozmetik ambalaj seğmendi, pazarın % 50'sinden fazlasını elinde tutmaktadır.

Türkiye'de toplam kozmetik ambalaj mamulleri tüketiminden sert plastikler % 50, esnek plastikler % 10 pay almaktadır. Bu şekilde yapılan değerlemede toplam kozmetik ambalaj mamullerinde, plastiğin payının % 60'lar düzeyinde olduğu görülmektedir. Plastikten sonra kâğıt karton'un payının % 15, metal ve camın payının % 10 olduğu görülmektedir.



Grafik 3: Türkiye'de Kozmetik Ambalajlarda Malzeme Payları

Yaratıcı ve verimli modern ambalajlar, muhafaza ettiği ürünün raf ömrünü arttırmanın dışında müşterilerin dikkatini çekerek, ürünün satışının artmasına yardımcı olmaktadır. Kozmetik pazarı son derece tüketici odaklı olduğu için, estetik ambalajlar, kozmetik ürünlerin satışında önemli bir rol oynamaktadır. Tüketicinin harcanabilir gelirinin ve güzellik bilincinin artması, kozmetik ambalaj mamullerine yönelik talebin artmasına neden olan en önemli nedendir. Tüketicinin yaşam tarzındaki değişiklikler ve yoğunluk, kozmetiklerin daha uygun ve estetik şekilde ambalajlanmasını gerektirmektedir.

3.2. PLASTİK AMBALAJ

Türkiye’ de, plastik kozmetik ambalaj sektöründe, 68 firma faaliyet göstermekte olup, firmaların % 78’i İstanbul’dadır. İzmir ve Kocaeli’de faaliyet gösteren firmalar toplam firma sayısından % 6 pay almaktadır.

İller	Firma Sayısı	% Dağılım
İstanbul	53	77,9
İzmir	4	5,9
Kocaeli	4	5,9
Ankara	2	2,9
Balıkesir	1	1,5
Bursa	1	1,5
İsparta	1	1,5
Konya	1	1,5
Tekirdağ	1	1,5
Toplam	68	100,0

Tablo 5: Plastik Kozmetik Ambalaj Sektöründe Faaliyet Gösteren Firma Sayısı

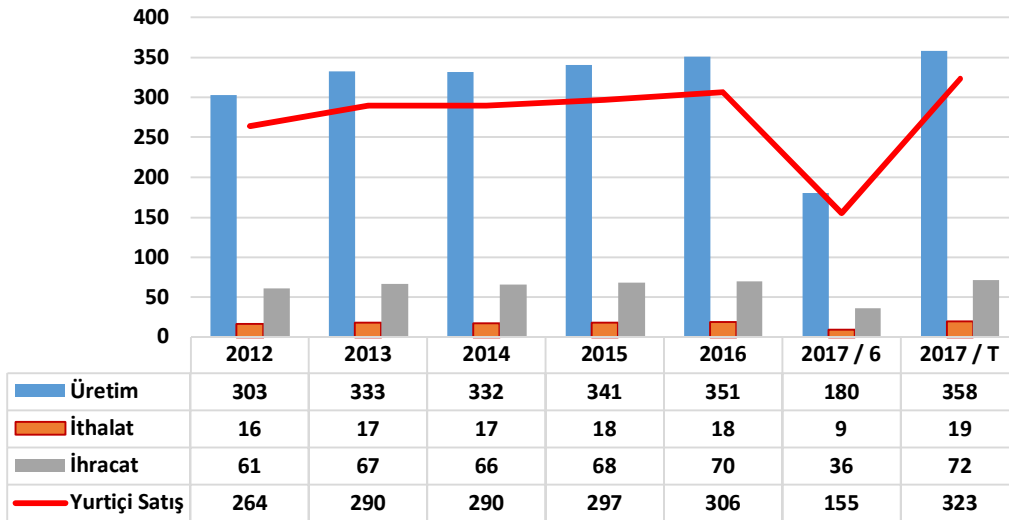
Türkiye’ de, plastik kozmetik ambalaj sektöründe 2012 - 2016 yılları arasında üretim, 303 bin tondan 351 bin tona çıkmış, ithalat ise 16 bin tondan 18 bin tona yükselmiştir.

Aynı period içinde ihracatın 61 bin tondan 70 bin tona, yurtiçi tüketimin de 264 bin tondan 306 bin tona çıktığı görülmektedir.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017/6	2017/T
Üretim	303	333	332	341	351	180	358
İthalat	16	17	17	18	18	9	19
İhracat	61	67	66	68	70	36	72
Yurtiçi Satış	264	290	290	297	306	155	323
Dış Ticaret Açığı	45	49	49	50	52	27	52

Tablo 6: Türkiye Kozmetik Plastik Ambalaj Sektörü Arz ve Talep Dengesi (1000 Ton)

Kaynak: TÜİK ve ITC



Grafik 4: Türkiye Kozmetik Plastik Ambalaj Sektörü Arz ve Talep Dengesi (1000 Ton)

Kaynak: TÜİK ve ITC

4. 2017 BEKLENTİLERİ

Ambalaj malzemesi, paketlenen kozmetik ürününün çeşidine bağlıdır. Etkili ambalajlarla rekabet avantajı kazanmak için kozmetik ambalaj sektöründe sürekli yenilik, çok önemli bir gerekliliktir. Sektörü yönlendiren şirketler, kozmetik ürün satışlarını arttırmak için kozmetik ambalaj mamullerinde, her geçen gün araştırma ve geliştirme faaliyetlerini arttırmakta ve piyasaya inovatif ambalajlar sunmaktadır.

Kozmetik ürünlerin ambalajlanmasında inovasyona en uygun ambalaj mamullerinin plastikler olduğu kabul edilmektedir. Bu nedenle özellikle, sert plastik kozmetik ambalaj mamullerine olan talebin, renklendirme özelliği, maliyet avantajı, kolay depolama ve taşıma, güvenilir koruma gibi üstün özellikleri nedeniyle ileriki yıllarda giderek artacağı tahmin edilmektedir.

2017 yılının ilk 6 ayında, 180 bin ton olarak gerçekleşen plastik ilaç ambalaj malzemeleri üretiminin, 2017 sonunda 358 bin tona çıkacağı tahmin edilmektedir.

Söz konusu dönemde ithalatın 9 bin tondan 19 bin tona, ihracatın 36 bin tondan 72 bin tona ve yurtiçi tüketimin de 155 bin tondan 323 bin tona yükselmesi beklenmektedir.

2017 sonunda sektörün 52 bin ton dış ticaret fazlası vereceği tahmin edilmektedir.

5. PAGEV PROJELERİ

Türkiye Plastik Sektörünün “Birleştirici Gücü” PAGEV, yukarıda özetlenen sorunların çözümüne yönelik değişik projeler geliştirmektedir. Bunlar özetle; “PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi” ve “Uluslararası Bölgesel Plastik Üretim Merkezi” dir.

5.1. PAGEV PLASTİK MÜKEMMELİYET MERKEZİ

Hayatın her alanında kullanılan plastik malzemeler, üstün özellikleri nedeniyle tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de diğer alternatif ürünlerin hızla yerini almaktadır. Tüm sektörlerde kullanımı artan plastikler, 21. yüzyılın vazgeçilmez malzemesi haline dönüşmektedir. Ülkemizde genç olmasına rağmen en hızlı büyüyen sektörlerden biri olan Türkiye Plastik Endüstrisi, dünyada 6., Avrupa’da 2. sırada yer almaktadır. Avrupa’da liderlik hedefiyle büyüyen Türkiye Plastik Sektörü, ürünlerinin sertifikasyon ve katma değerini arttırmayı amaçlıyor. Türkiye Plastik Sektörünün “Birleştirici Gücü” PAGEV, bu amacın gerçekleştirilmesi için, “PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi” ile sektöre öncülük etmektedir. PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi’nin hedeflenen misyonu, aşağıdaki faaliyetleri içerecektir.

- ✓ Araştırma Geliştirme
- ✓ Test ve Laboratuvar Hizmetleri
- ✓ Sertifikasyon
- ✓ Eğitim
- ✓ Yetkin Danışmanlık

Sektörde bilgi ve birikim paylaşımını sağlayacak platformlar Merkez tarafından geliştirilecek ve detaylı eğitim programları hazırlanarak sektör yararına sunulacaktır. En yeni teknolojiler üzerinde çalışmalar yaparken, sanayi kuruluşları, üniversiteler, araştırma kurumları, mesleki birlikler ve sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği yapacak Mükemmeliyet Merkezi, Ar-Ge ve inovasyona dayalı çalışmalarıyla Türk Plastik Sektörünün dünya lideri olması için çalışacaktır.

Plastik sektörünün ihtiyaç duyduğu, test ve laboratuvar desteğinin verileceği Mükemmeliyet Merkezi’yle, yüksek test maliyetleri, yurtdışına nakliye, gümrükleme, uzun test süreleri gibi zaman ve enerji kaybına yol açan birçok sorun ortadan kaldırılacaktır.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı desteği ile kurulmakta olan PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi, Türkiye’nin milli projelerinin temelini oluşturacak, endüstriyel beceri ve yeteneklerin geliştirilmesini sağlayarak, özelde plastik sektörünün, genelde Türkiye ekonomisinin gücüne güç katacaktır. Stratejik iş birliğiyle kurulacak PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi’ndeki, izlenebilir

hedefleri olan, bilimsel nitelikli, ticarileşme potansiyeli yüksek araştırmalar ile plastik sektörünün daha hızlı büyümesi hedeflenmektedir.

Türk Plastik Endüstrisinin, Ar-Ge çalışmalarıyla desteklenen ileri teknolojiyle büyümesi, yüksek katma değer üretmesi ve dünya ile daha iyi rekabet edebilmesi için Türkiye’de ilk kez PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi kuruluyor.

Tamamlandığında 30 bin m²’nin üzerinde bir alana sahip olacak Mükemmeliyet Merkezi, İstanbul Küçükçekmece’deki PAGEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’nin hemen yanı başında yükseliyor. Türkiye’yi, dünyada plastik üretiminin üssü haline getirecek PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi, inovatif projeler yürütecektir.

Bunun yanı sıra, yurtdışına ihraç edilen ürünlere ilişkin bir kontrol mekanizması oluşturacak Merkez, Türkiye’de üretilen plastik ürünlerin uluslararası pazarlardaki güvenilirliğinin ve itibarının korunmasına da katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan, yurtdışından ithal edilen plastik ürünlerin, kesin ithalatı yapılmadan laboratuvarlarda teknik uygunluğunun belirlenmesi ile ülkemize kalitesiz ve standart dışı mal girişi engellenecektir.

Üstün bilgi altyapısı ile sektörün ihtiyacı olan önemli belgelendirmeleri daha ekonomik ve hızlı şekilde sektör oyuncularına sunacak Mükemmeliyet Merkezi ayrıca, Ar-Ge çalışmalarıyla sektörün gelişimini hızlandırarak, firmalarımızın rekabet gücünü artıracak ürün ve üretim teknolojilerinin geliştirilmesine odaklanacaktır.

Dünya plastik sektöründeki gelişmeleri takip ederek inovatif fikirler geliştirecek Mükemmeliyet Merkezi, uygun girdi malzemelerinin belirlenmesinden, üretim proses optimizasyonuna kadar bir çok alanda danışmanlık hizmeti vererek firmalarımızın rekabet gücünü arttıracaktır.

5.2. ULUSLARARASI BÖLGESEL PLASTİK ÜRETİM MERKEZİ

Türkiye Plastik Sektörü 9 milyon tona erişen proses kapasitesi ile dünyada 6., Avrupa’da ise 2. büyük plastik üretim potansiyeline sahip olmakla birlikte, ihtiyaç duyduğu plastik hammaddenin % 85’inden fazlasını ithalatla karşılamaktadır. Türkiye Plastik Sektörünün en önemli avantajlarından biri, petrol ve plastik hammadde üreticisi Orta Doğu ülkeleri ile plastik mamul tüketicisi Avrupa pazarının arasında bulunmasıdır. Bu coğrafi yapısını fırsata çevirmeyi amaçlayan PAGEV, Türkiye’nin, Güney Doğu Anadolu Bölgesinde kurmayı amaçladığı Uluslararası Bölgesel Plastik Üretim Merkezi’nde, Ortadoğu ülkelerinin plastik hammadde üretim potansiyeli ile Türkiye Plastik Sektörünün yetkin mamul üretim yeteneğini ve tecrübesini birleştirmeyi hedeflemektedir. Kazan - Kazan prensibi ile kurulacak merkezde, hammadde üreticisi ülkeler, büyük hacimli ve güvenilir bir pazara kavuşurken, ucuz ve güvenilir hammadde tedarikine sahip olacak Türkiye Plastik Sektörü,

daha büyüyecek üretim kapasitesi ve düşen maliyetleri ile küresel pazarlarda daha büyük rekabet olanaklarına sahip olacaktır.

PLASTİK SEKTÖRÜNÜN BİRLEŞTİRİCİ GÜCÜ



PAGEV

PAGEV'in üye olduğu uluslararası kuruluşlar

PlasticsEurope
Association of Plastics Manufacturers



pagev



pagev1989



pagev1989



pagev

www.pagev.org

Halkalı Caddesi No: 132/1 Tez-İş İş Merkezi Kat: 4 Sefaköy- İstanbul
Tel. +90 (212) 425 13 13 Fax. +90 (212) 624 49 26 E-Mail. pagev@pagev.org.tr